

中日観光交流の新展開(Ⅳ) : ビジット・ジャパン ・キャンペーンに見た中国人訪日旅行の現状と課題

著者	劉 明
著者所属(日)	平安女学院大学現代文化学部国際コミュニケーション学科
雑誌名	平安女学院大学研究年報
巻	5
ページ	57-66
発行年	2005-03-10
URL	http://id.nii.ac.jp/1475/00001220/

中日観光交流の新展開 (IV)

ー ビジット・ジャパン・キャンペーンに見た中国人訪日旅行の現状と課題 ー

劉 明

I 序 論

既報Ⅲ編（平安女学院大学研究年報／第3号）では、「一衣帯水の両国の友好関係はすでに31年目（2003年）に踏み出している。その良い年に中日文化観光交流の新しく輝かしい歴史ができることを期待する」と筆者は述べている。2003年に入ってから、特に2004年における中日観光交流は筆者の期待通り、良い展開を見せている。

海外に出掛ける旅行者数に比べて大幅に少ない訪日外国人客の倍増に向けて、日本政府は「ビジット・ジャパン・キャンペーン」に乗り出し⁽¹⁾、スタート年である2003年を「訪日ツーリズム元年」と位置づけた。

海の向こうの中国も積極的に動いている。中国政府はSARS終息後の両国間の観光客を早期に回復するため、3つの新たな施策を発表した。これは、(1) 訪日旅行が可能な発給対象者の居住地域を拡大し、新たに天津市、山東省、浙江省、遼寧省、江蘇省を加えること、(2) 国際観光振興会（JNTO）の新事務所設立を承認し、JNTO上海事務所を設立すること、(3) 外国資本100%出資の旅行会社の設立をジャルパックに認めることである⁽²⁾。

今回のIVでは、上述のような日中両国の施策により、両国間の観光客の交流を活発にすることが出来るかどうか、ということを究明するため、ビジット・ジャパン・キャンペーンの目的・対象市場・実施内容や中国人訪日旅行の現状と課題を明らかにするものである。

II 観光振興に関する日中両国の主な施策

1 日本政府の最近の動き

(1) 第154回国会における小泉総理大臣施政方針演説（2002年2月4日）

この方針演説の中で、小泉総理大臣は「(日本の) 豊かな観光資源を全世界に紹介し、海外からの旅行者の増大と、これを通じた地域の活性化を図ってまいります」と述べた。

(2) 「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」を閣議決定（2002年6月25日）

この方針では、経済活性化戦略のアクションプログラムとして、「観光産業の活性化・休暇の長期連続化」が取り上げられ、その中で外国人旅行者の訪日促進策関連では、「国土交通省は、関係府省と協力して、平成14年度から、外国人旅行者の訪日を促進するグローバル観光戦略を構築し、個性ある日本の文化、自然環境などの国際PRや地域の特性、創意工夫を活かした観光地づくりを推進する」と記述されている。

(3) 観光振興に関する副大臣会議報告書のとりまとめ（2002年7月4日）

平成14年3月14日以降5回の副大臣会議において観光振興に関する議論が行われ、以下の内容を含む報告書が7月4日にとりまとめられた。

- ① 日本国の文化・観光魅力の宣伝、情報提供
 - ② 国内旅行・観光費用の低廉化、多様化
 - ③ 外国人旅行者の出入国の円滑化
 - ④ 観光地における案内表示、情報提供及び地域住民の受入れ体制の整備
- (4) グローバル観光戦略の策定・公表（2002年12月24日）

この戦略は外国人旅行者訪日促進戦略（ビジット・ジャパン・キャンペーンなど）を含めて4つの戦略より構成されている。この戦略では、スタートの年にあたる平成15年を「訪日ツーリズム元年」としている。

(5) 第156回国会における小泉総理大臣施政方針演説（2003年1月31日）

演説の中で、小泉総理大臣は日本を訪れる外国人旅行者数を2010年までに倍増させる目標（1000万人）を明言した。

(6) グローバル観光戦略を推進する会の開催（2003年3月26日）

会は観光その他関係民間51団体・企業の参加を得て行われ、グローバル観光戦略を強力に推進するためのアピールが提案され、採択された^③。

(7) 観光立国懇談会報告書のとりまとめ（2003年4月24日）

平成15年1月14日に小泉総理大臣主宰の観光立国懇談会の開催が決定され、計4回の会合を開催して、まとめた報告書が「住んでよし、訪れてよしの国づくり」である。

(8) 観光立国関係閣僚会議等の開催（2003年5月21日）

先の懇談会の報告を基に策定したアクションプラン『観光立国行動計画～「住んでよし、訪れてよしの国づくり」戦略行動計画』を決定した。

(9) ビザ発給地域の拡大の発表（2004年7月23日）

日本政府は2004年7月23日、中国からの訪日団体観光旅行対象地域に、9月15日から1市4省（天津市、江蘇省、浙江省、山東省、遼寧省）を追加すると正式に発表した。

これにより、2000年9月に解禁された北京市、上海市、広東省の1.1億人に加え、1市4省の2.6億人が日本への団体旅行を楽しめることになる。2000年の解禁以降、団体観光ビザで日本を訪れた中国人は約9万5千人（2004年4月現在）であるものの、今後は急激に増加することが見込まれている。

上述した日本政府の最近の動きを見れば、日本政府は訪日外国人旅行者数と日本人海外旅行者数との格差をできるだけ早期に是正することを目標としていることがよく解るであろう。

2 中国政府の最近の動き

(1) 中国観光振興懇親会の開催（2003年7月18日）

中国観光局、中国駐日本国大使館が共同で主催した中国観光振興会は、SARS終息後の停滞する日本・中国間の観光客を早期に回復すること、及び両国の観光を促進することが目的である。

(2) 3つの新たな施策の発表（2003年7月18日）

先の中国観光振興懇親会にて、中国観光局局長の何光暉は日中両国の観光促進にあたり、次のような3つの新たな施策を発表した。

- ① 訪日旅行が可能な発給対象者の居住地域を拡大し、新たに天津市、山東省、浙江省、遼寧省、江蘇省を加えること
- ② 国際観光振興会（JNTO）の新事務所設立を承認し、JNTO上海事務所を設立すること
- ③ 外国資本100%出資の旅行会社の設立をジャルパックに認めること

初めての100%が外資企業となる「ジャルパック国際旅行」の設立と、JNTO（国際観光振興会）の上海事務所の設立認可という2つのお土産に加え、最も大きなお土産として訪日観光団体旅行のビザ発給地の拡大が挙げられていた。

(3) 日本人の中国へのノービザ渡航がスタート（2003年9月1日）

ビザ免除は、観光、商用目的で15日以内の中国滞在が対象となる。2003年8月は日中平和友好条約締結25周年にもあたり、中国側はビザ免除措置を、日本との交流強化の目玉と位置づけている。

(4) EU観光ビザ発給緩和（2004年2月）

2004年2月に、欧州では12カ国が中国人観光客の受入れに合意したばかりだが、6月には国の数が増え、9月1日から中国人観光客はフランス、スイス、イタリアなど27カ国を旅行できるようになった。中国人が簡単に欧州へ旅行に行けるようになったのは、中国とEU（欧州連合）との合意により、9月1日から中国人団体旅行客に対する欧州への観光ビザ発給が容易になったためである。

上述した中国政府の最近の動きを見れば、中国政府はインバウンドが順調に伸びていることやWTO（世界貿易機関）加盟により、開放政策を打ち出す必要があることを配慮し、アウトバウンドの指定国を年々増やしていることがよく解るであろう。

中国では、経済の急成長に伴って国民の所得が増え海外旅行熱が高まっている。中国国家旅遊局の統計によると、2003年、海外に出た中国人は前年比21.8%増の2022万人にのぼり、初めて2千万人の大台を突破した。

現在までの中国人の海外旅行の勢いは、インバウンドの伸びに悩んでいる日本にとっては大きなチャンスであると同時に、中国人の中では「日本よりも欧米」という思いもあり、日本の競合デスティネーションとなっているEU諸国が規制緩和により、熱心に中国人観光客を誘致しているなかで、中国人の訪日旅行を促進するには一層の努力と工夫が必要になると考える。

そこで、日本におけるインバウンドが順調に伸びることが出来るかどうかは、外国人旅行者訪日促進戦略の一環となっている「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が日本政府の期待通りに成功することは、そのカギとなるといえよう。

Ⅲ ビジット・ジャパン・キャンペーン

日本政府は2002年度523万人だった外国人の訪日旅行者を2010年に1000万人に倍増させる「ビジット・ジャパン・キャンペーン」を展開し、双方向の観光交流促進に向けて動き出した観がある。そのインバウンド促進のための施策として実施されている「ビジット・ジャパン・キャンペーン」とは、どんなものなのか、その目的や対象市場及び実施内容とは何なのか、ここでは、これらのことについて紹介してみたい。

1 ビジット・ジャパン・キャンペーンとは

(1) 目的

外国人旅行者の訪日を飛躍的に拡大することを目的とする。

(2) 対象市場

韓国、台湾、米国、中国、香港、EU諸国を対象に、キャンペーンを行う⁽⁴⁾。

(3) 実施内容⁽⁵⁾

① 重点市場ごとの旅行市場としての特性の調査（マーケット・リサーチ）

② 日本への旅行そして日本の魅力の徹底的なPR

- ・ 訪日旅行促進ミッションの派遣などトップ・セールス
- ・ 重点市場におけるテレビ、新聞、雑誌など多様なメディアを通じた広告、記事、番組などでのPR
- ・ メディア関係者の日本の観光ルートへの招請
- ・ 現地及び国内での旅行博覧会への出展によるPR
- ・ 現地及び国内でのイベントによるPR など

③ 日本への旅行商品の造成の促進

- ・ 現地の旅行会社などの日本の観光ルートへの招請
- ・ 現地及び国内での商談会の開催
- ・ 日本への旅行商品の広告支援など販売促進の支援

- ・訪日ツアー専門職員（ジャパン・トラベル・スペシャリスト）の養成 など

④ 個々の施策の効果の評価

⑤ 日本の観光に関する総合的な情報サイトの構築

(4) 実施体制⁽⁶⁾

ビジット・ジャパン・キャンペーンは、国が各地域の魅力や商品の魅力のPRなどを実施する地方公共団体、民間団体・企業と共同で事業を展開することが効果的である。このため、関係者が一体となって参加する体制として、ビジット・ジャパン・キャンペーン実施本部、執行委員会及び事務局といった組織を14年度から整備した。

以前にも「ウエルカムプラン21」や「新ウエルカムプラン21」なるスローガンが掲げられたことがあったが、本格的に国の施策として取り上げられるには機が熟していなかった。それが今ようやく上述したように具体的なインバウンド促進のための施策が立てられ、日本が動き始めたことを実感している。このような誘致活動の中、特に地方公共団体、民間団体・企業の積極的な努力が注目される。

2 地方公共団体、民間団体・企業の誘致活動

中国人観光客に最も人気のある訪問地は東京と大阪を結ぶルートであり、それに北海道と九州が加わるというのが一般的であったため、中国人観光客がよく旅行するこれらの地域にある地方公共団体、民間団体・企業による誘致活動が盛んに行われている。筆者は京都在住で、知る機会の多い関西を事例として、論じてみたい。

(1) 京都における中国人観光客誘致活動

筆者は2003年7月から京都産業活性化プラン政策検討立案会議のメンバーとして、京都観光振興の重点施策検討会議に出席し、京都観光産業活性化プランの検討に参加している。ここで、2003年度における京都府の観光振興事業の概要と2004年度における京都府観光振興の重点施策（施策展開の方向）の中では、中国人観光客の誘致と係る内容について、挙げてみたい。

① 2003年度における京都府の観光振興事業の概要

・アジア諸国有力プレス等招請

中国をはじめアジア諸国を中心に、有力プレス関係者等に、京都の魅力取材する機会を提供するためのツアーを京都市と共同で企画し、各国の雑誌、新聞、テレビ等への記事掲載を通じて、外国人観光客誘致のためのPRを実施した。

・外国語パンフレットの作成・配布

京都には、歴史・文化資源の豊富さから、他地域にはない独自のメニューを組み込んだツアー造成が可能であり、京都の魅力を世界に発信していくために、英語、中国語（簡体字・繁体字）、韓国語のパンフレットの作成・配布を行っていた。

・上海観光プロモーション事業

2003年10月、中国から京都への観光誘客を促進するため、京都府山田知事が上海を訪問し、経済発展の著しい上海で観光プロモーション活動（旅行エージェンツ向け訪日促進セミナーの開催、政府観光関係者に対するトッププロモーション、京都の物産展の開催）を実施した。

・上海2004日中文化観光交流展に出展

「ビジット・ジャパン・キャンペーン」の一環として、2004年1月10日、11日、中国上海市において「ようこそ！ジャパン・上海2004日中文化観光交流展」を開催し、同国から京都府への誘客促進を図るため、中国の旅行業界関係者及び一般消費者に対して京都府の観光資源を積極的にPRした。

・京都府上海連絡所開設

山田知事が上海訪問中に京都府上海連絡所を開設した。その連絡所の業務内容は京都への中国人観光客誘致、京都企業への投資促進、京都企業の中国進出支援、上海・舞鶴航路開設による中日物流の時間短縮、コストダウンの実現などである。

- ・中国観光誘致団派遣

2004年2月、中国からの観光客誘致を目的に、京都市産業観光局の中国観光誘致団が上海、北京の旅行会社等を訪問した。

- ② 2004年度における京都府観光振興の重点施策（施策展開の方向）

- ・ 中国の旅行会社や京都に興味を抱いている人々への効果的な情報発信の手段、方法の構築
- ・ 中国のニーズに応じ、地域や対象をより絞り込んだ広報宣伝活動の展開
- ・ 「ビジット・ジャパン・キャンペーン」と連携した効果的な事業の推進
- ・ 中国からの修学旅行の誘致を進めること
- ・ 京都観光ホームページの中国語情報の充実を図ること

上述した2003年度における京都府の観光振興事業の概要と2004年度における京都府観光振興の重点施策（施策展開の方向）を見れば、京都の経済を再生する切り札とする観光業を「重要戦略産業」として位置づけていることがよく解るであろう。

(2) JR西日本の上海における中国人観光客誘致活動

JR西日本は2003年9月、上海に事務所を開設した。上海事務所を開設する前に、筆者は同社総合企画本部中国インバウンドPTジェネラルマネジャーの浅沼唯明、部長の三浦英之と会談、中国人観光客のニーズや上海における訪日旅行市場の背景と現況および上海で売れやすい旅行商品について、意見を求められた。浅沼は中国語も堪能で中国文化や社会事情に精通しており、中国人訪日旅行市場を開拓する熱意に燃えている。

2004年8月、浅沼社長の斡旋により、筆者は上海での研究調査期間中に、JR西日本上海事務所を訪問し、所長・首席代表の山越健司や副所長の山田順一と面談した。

上海事務所所長の山越健司の説明によると、JR西日本は中国人観光客を誘致するため、上海のホテル企業・錦江グループと提携している。JR西が旅行商品を企画・提案し、中国企業が自社商品として、上海で販売する⁷⁹。JR西は系列ホテルのグランヴィアを活用し、子会社の日本旅行が各種手配を請け負う形にする。約1週間の6コースを用意し、価格は約8千～2万円（約10万～26万円）に設定している。瀬戸大橋や宮島（広島県）、大阪のユニバーサルスタジオ・ジャパン（USJ）など沿線の観光地を巡り、博多の新幹線車両基地を見学するコースや京都の高級旅館に泊まり、舞妓さんの芸に触れてもらうものもある。最初は年数千人の利用を見込んでいる。また、観光のほか、ビジネス目的の「テクニカルビジット客」の誘致にも力を入れていく…とのことであった。山越所長と山田副所長は二人とも単身赴任で、国の体制、社会文化の違う異国で日中観光交流を促進するため、奮闘している。もし日中両国間において、国民レベルの交流がもっと盛んに進められれば、もし日中両国とも規制緩和がもっと進めば、彼らの仕事はもっと効果をあげると筆者は考えている。

やはり、官民一体となって実施されている「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が日本政府の期待通りに成功するためには、さらに規制を緩和することも必要であるといえよう。

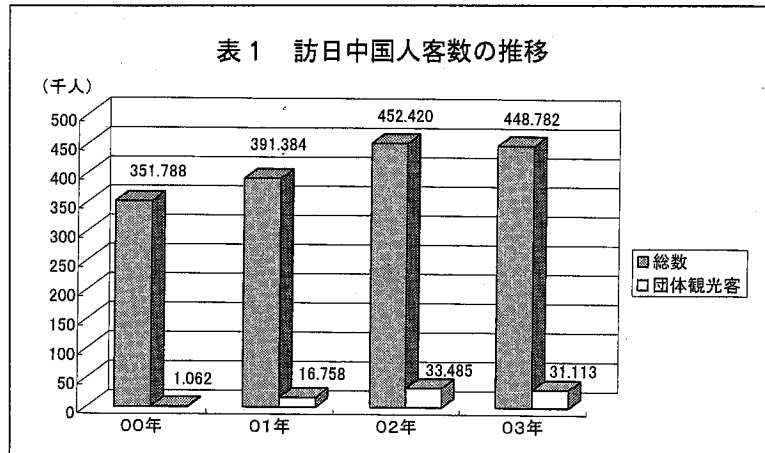
IV 中国人訪日旅行の現状と規制緩和

1 中国人訪日旅行の現状

2000年9月の中国人に対する訪日団体観光旅行解禁から4年になった。去年はSARSの影響で、思わぬマ

イナス成長となった。去年の中国人訪日観光団体客は前年を7.1%下回る3万1113人で訪日中国人客数全体を上回る落ち込み幅となった(表1)。

国土交通省総合政策局観光部のまとめによると、2004年3月末までに9万5067人が日本での観光を楽しんだが、この間の行方不明者は362人と全体の0.38%である。しかもこの中には、一時的に行方がわからなくなっただけのケースも含まれており、実際の行方不明者の発生率はさらに低い0.3%ほどと、狙い通りの低水準を達成している。日本当局による厳しい規制が、不法滞在を防止するためにあることは言うまでもない。一方、その厳しい規制により、より多くの中国人の訪日旅行が実現できなくなったことも事実である。



注：国土交通省総合政策局観光部の資料により作成

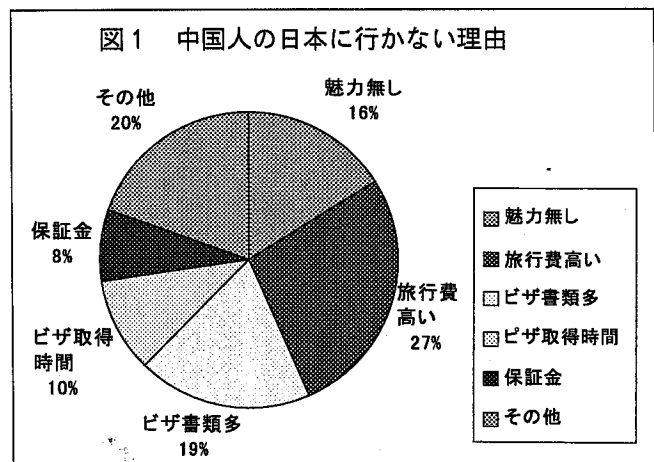
2 中国人訪日旅行の規制緩和

日本政府が観光立国政策の一環として中国人団体観光客へのビザの発給対象地域を2004年9月15日から拡大することになった。その規制緩和は、海外旅行ブームに沸く中国への観光ビザ発給の拡大をめぐり、訪日外国人を2010年に1千万人に増やすビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)の旗を振る国土交通省と治安悪化を懸念し、難色を示す警察庁や法務省との戦いの結果でもあり、欧州やアジア各国は中国人誘致で攻勢を強めており、日本国内の観光関係者はイライラを募らせている中で決められたものでもある。中国人団体観光客へのビザの発給対象地域を拡大したとは言え、中国人訪日旅行における規制緩和の問題はもうすでに解決したとは言えない。なぜならば、中国人観光客が日本を訪れやすくするため、ビザの取得を免除したり、取得手続きを簡単にしたりすることがまだ出来ていないからである。

日本内閣府が2003年11月1日付で発表した「自由時間と観光に関する世論調査」によると、外国人旅行者が日本を訪れやすくするためビザの免除・手続き簡素化について、53%の人が否定的な考えを持っていることが明らかになった。そのうち、回答した人の38.6%が「不法就労、治安悪化などの問題解決まですべきでない」、14.4%が「ビザが旅行の障害になっていると思わないのですべきでない」と答え、否定的な意見は半数を少し上回った。治安悪化や不法就労への心配が背景にあるようである。

一方、JR西日本上海事務所が行なった「日本について上海大学生200人に聞いた」というアンケートによると、ビザの手続き複雑化や保証金^(a)を理由として日本に行きたくない中国人が多いということが明らかになった(図1)。

また、上海の大手旅行会社の担当者は「時には家庭の事情まで私事を聞かれ、ある客は名前の漢字を綺麗に書かなかったため、拒否された」と、筆者に語った。「このよう



注：JR西日本上海事務所の資料により作成。

なことがよくあって、プライドも傷つく。日本に興味を持っていたとしても面倒になる」と言われている。

「日本は自然も良いし、気候も良い人も良い。ただし、仕組みが悪すぎるのです」と慶應義塾大学教授・内閣府特命顧問の島田晴雄が指摘しているとおりである。その悪い仕組みを良い仕組みにし、規制をもっと緩和すれば、沢山の外国人観光客が日本に訪れるに違いない。

V 結 論

WTO（世界観光機関）によると、世界の旅行需要は現在7億人で、それが2010年には10億人になり、2020年には16億人に拡大すると予測している。また、2000年～2010年で東アジア・太平洋地域への観光客到着数が7千万人増えると世界観光機関は予測し、日本政府が受け入れの整備と規制の緩和を積極的に進めないと、アジアの観光爆発に乗り遅れると指摘している。

VJC通り1千万人を達成するには年率9%以上で、訪日外国人を増やす必要がある。その1000万人達成の鍵を握るのはアジア地域であり、とりわけ中国、韓国、台湾の東アジア近隣国・地域からの旅行者誘致を強化しなくてはならないが、特に、中国からの観光客を誘致するのは最も重要なことである。「韓国、台湾、香港のように成熟した市場を追いかけていては、日本国内自治体間での取り合いになるだけ。外国人客トータルを増やすなら中国からの観光客誘致に力を注ぐべき」と、長崎県観光連盟・井上博行海外課長は述べている。

2003年の中国人の出国数は前年比21.8%増の2,022万人であった。その多くは中国語圏の国や地域（香港、マカオなど）に行っている。大勢の中国人の多くがアジア諸国内の中国語圏の国と欧米諸国内の英語圏の国へ旅行に行くのは、これからも続くであろう。日本は中国人にとっては、共通言語のない国の1つであるため、もっと多くの中国人観光客を誘致するため、「鎖国」状態をやめ、門戸を広げることが重要であろう。

謝辞：本研究における資料収集やインタビューにあたり、京都府商工部観光・商業課課長橋本幸三氏、同観光・商業課課長補佐保科秀行氏、京都市産業観光局観光部観光振興課課長堀池雅彦氏、同観光振興課国際事業係長橋本浩之氏、戸倉理恵氏及びJR西日本総合企画本部中国インバウンドPTジェネラルマジャー浅沼唯明氏、JR西日本上海事務所所長山越健司氏、同上海事務所副所長山田順一氏に大変御世話になった。心より感謝申し上げる。

注

- (1) 国土交通省では、「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」（平成14年6月25日閣議決定）に基づき、外国人旅行者の訪日を促進する「グローバル観光戦略」を関係府省と協力して策定し、平成14年12月24日の閣僚懇談会において、国土交通大臣がその旨発表した。本戦略は、日本人の海外旅行者が約1,600万人であるのに対して、日本を訪れる外国人旅行者は、その3分の1以下である約500万人に過ぎないことから、その格差をできる限り早期に是正しようとするものである。そのため、本戦略の中の一つに挙げられている、「外国人旅行者訪日促進戦略」の一環としてビジット・ジャパン・キャンペーンの実施が決定された。
- (2) 2003年7月18日、中国観光局、中国駐日本国大使館が共同で開催した「中国観光振興懇親会」にて、中国観光局何局長は両国の観光促進にあたり、3つの新たな施策を発表した。
- (3) グローバル観光戦略を推進するためのアピールは3つの内容がある。1. 2010年には1000万人を目標とする。2. 「グローバル観光戦略」を官民一丸となって強力に推進する。3. 国土交通省にはビジット・ジャパン・キャンペーンなどを推進すると同時に、関係府省の協力を得て、政府としての総合的、

立体的な観光立国政策の実現に向け、強力なリーダーシップを期待する。

- (4) 平成14年12月、国土交通省が策定した「グローバル観光戦略」の具体化策として、外国人訪日旅行を促進するため、海外重点市場（韓国、台湾、米国、中国、香港）において、ビジット・ジャパン・キャンペーンを行うことが決定されたが、平成16年度からEU諸国も重点市場に加えられた。
- (5) 平成14年度 観光の状況に関する年次報告による。
- (6) 平成14年度 観光の状況に関する年次報告による。
- (7) 中国政府の規制により、外資企業は中国人向けの海外旅行を販売できない。
- (8) 日本を訪れる中国人旅行者は現在、1人5万円（約75万円）の保証金を納めなければならない、遅くとも出発3週間前に手続きが必要。

参 考 文 献

劉 明「中日観光交流の新展開（Ⅰ）－中国人の訪日旅行について－」『平安女学院大学研究年報』第1号，2001年3月。

劉 明「中日観光交流の新展開（Ⅱ）－中国人訪日旅行の現況と規制緩和について－」『平安女学院大学研究年報』第2号，2002年3月。

劉 明「中日観光交流の新展開（Ⅲ）－国交正常化30周年に見た中国人訪日旅行の現状と課題－」『平安女学院大学研究年報』第3号，2003年3月。

（特）国際観光振興会（JNTO）編著・発行『訪日外国人旅行者調査＜訪問地等について2001／2002＞』2003。

（特）国際観光振興会（JNTO）編著・発行『日本の国際観光統計2002年』2003。
京都府&JTB「平成16年度ビジット・ジャパン・キャンペーン事業提案」2003

京都府「平成15年度京都産業活性化プラン」2003

京都市産業観光局観光部観光振興課「平成15年度中国観光誘致団派遣事業（現地旅行会社等セールス訪問）」2003

JR西日本上海事務所「日本について上海市民に聞いたアンケート調査」2004

The New Stage in Tourism Exchange Between China and Japan (IV)

The Present Situation and Problems of Chinese Travelers to Japan in 'The Visit Japan Campaign'

Min RYU

In volume III (Heian Jogakuin University Journal /No.3). I maintained, 31 years have passed in 2003 since the friendship between China and Japan as a ray of light had started. The good year would add a bright new history to the tourism exchange between both countries. Since 2003, and especially in 2004, the activities of the Chinese-Japanese sightseeing cultural exchange association have shown a favorable development, as the author expected.

Aiming at doubling the number of foreign travelers to Japan that are by far less than those of Japanese traveling abroad, the Japanese government has launched "The Visit Japan Campaign" and placed the starting year 2003 as the first year of the Campaign.

On the other hand, China has been making an aggressive move abroad.

The Chinese government announced new three policies to recover tourists after the cessation of SARS. Those are: (1) to expand the living area of target people who are able to be issued an entry visa to Japan and add city of Tianjin, Shandong, Chekiang, Liaoning and Jiangsu. (2) to approve JNTO of establishment of new office and set up a JNTO office in Shanghai. (3) to recognize JAL PACK to found a travel agency in which capital is 100% provided abroad.

In this volume IV, therefore, the object, target market and working contents of "The Visit Japan Campaign" as well as the present situation and problems that Chinese tourists to Japan hold will be observed to investigate whether the exchange between both travelers can be activated with policies of the two nations.

Keywords; "The Visit Japan Campaign"

the present situation and problems of Chinese travelers to Japan.